

Central Media
Agencia Digital



Digital for life



Panorama del e-Com merce en México



Adopción tecnológica



Economía digital



Comercio Electrónico

Adopción tecnológica en México



INTERNET EN MÉXICO

93.1

Millones

73%*



2022

96.9

Millones

77%**



Asociación de
Internet MX®

2022

100.6

Millones

79%

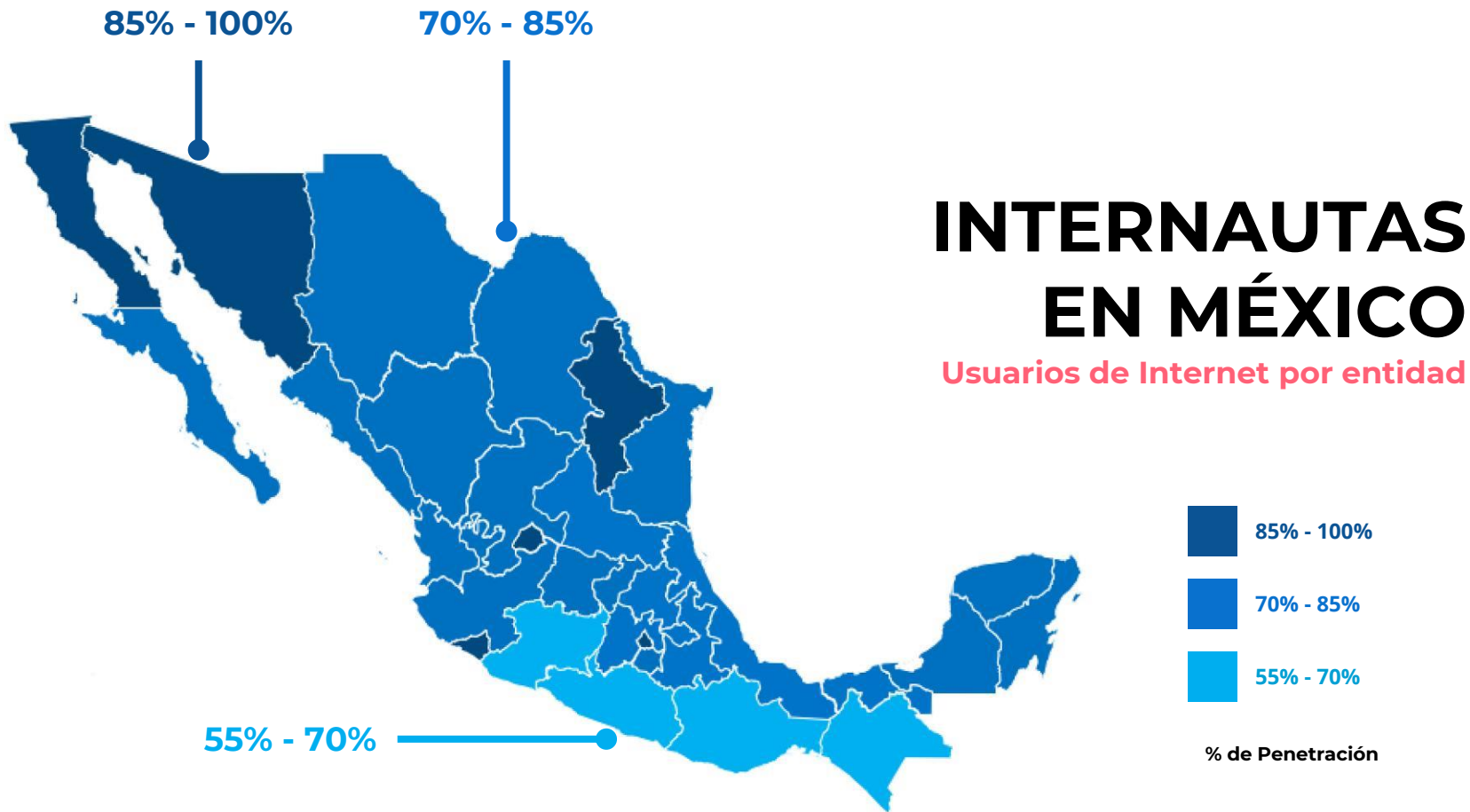
población total

we
are
social

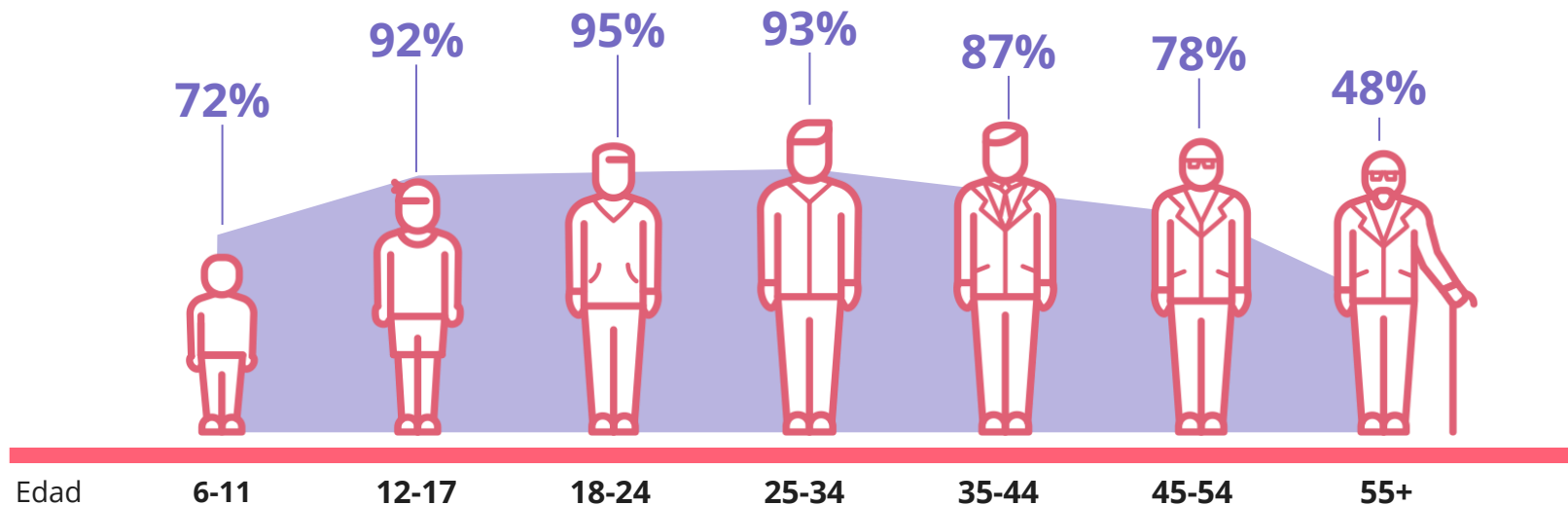
2023

* 79% penetración +6 años

** 81% penetración +6 años

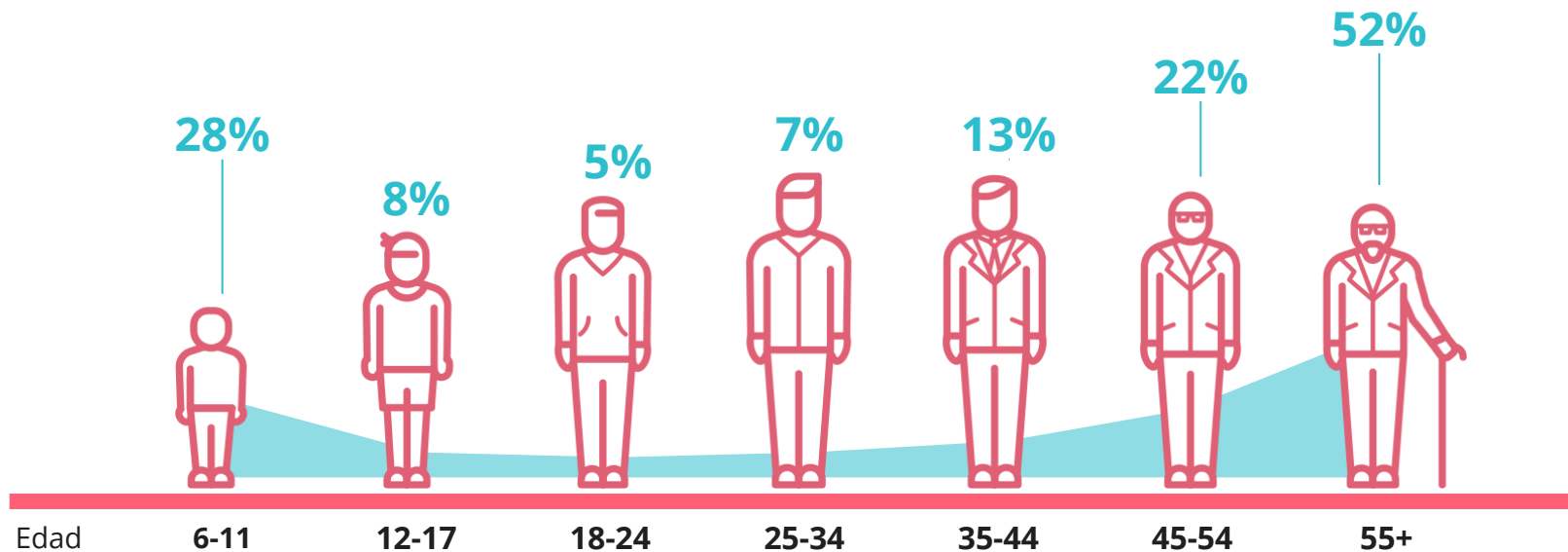


EDAD DEL INTERNAUTA. CONECTADOS.



Fuente: INEGI Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares (ENDUTIH) 2022

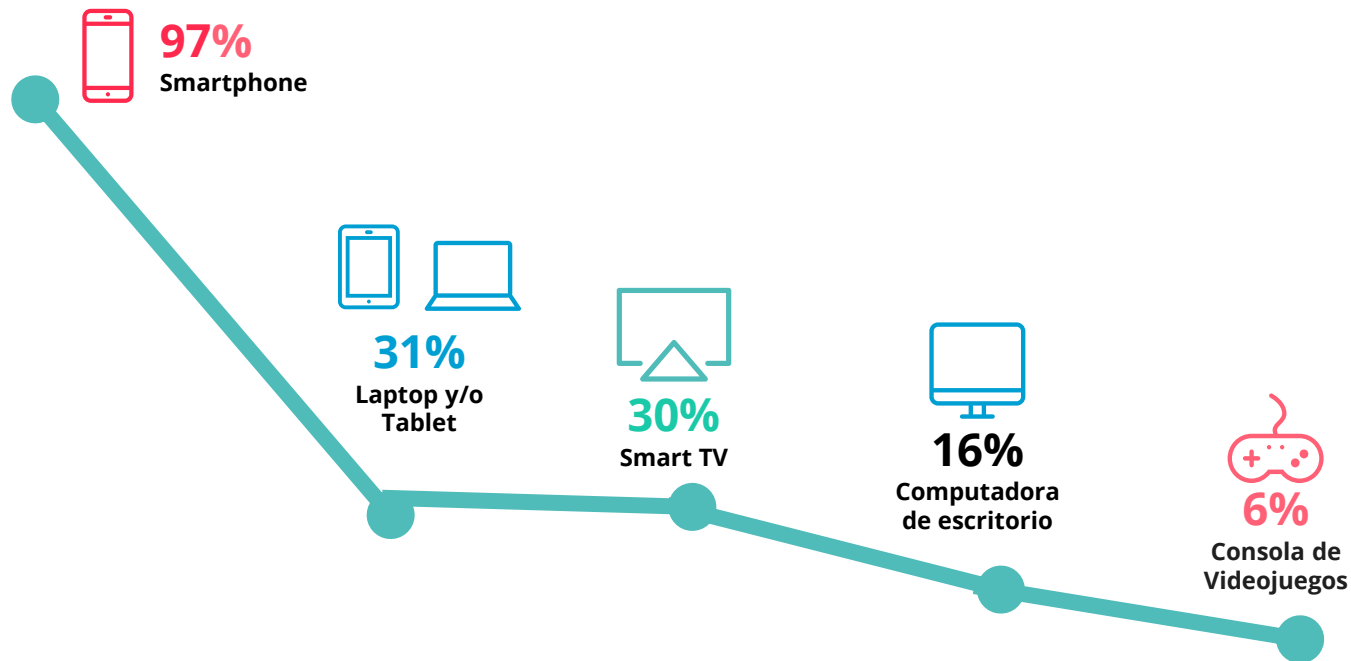
EDAD DEL INTERNAUTA. DESCONECTADOS.



Fuente: INEGI Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares (ENDUTIH) 2022

ACCESO A INTERNET.

EQUIPO DE CONEXIÓN

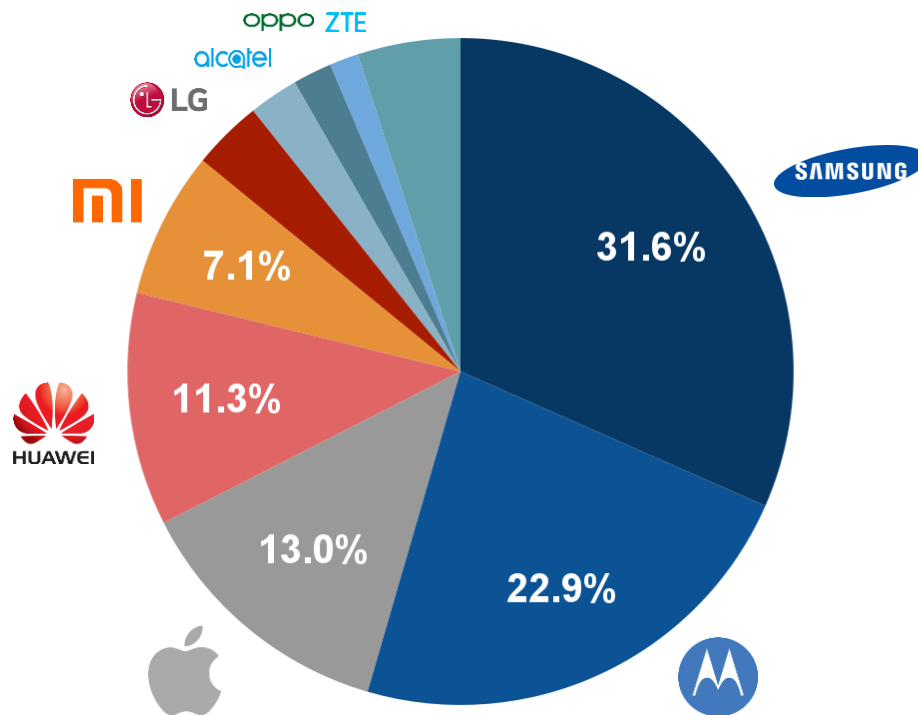


Fuente: INEGI Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares (ENDUTIH) 2022

DISPOSITIVO PREFERIDO.

133 millones
de Smartphones

96% de las 138 millones de
líneas de telefonía móvil
en México



CONTRASTE...

	México	Promedio Mundial	Posición (52 países)
Uso de servicios financieros en línea	25.9%	26.8%	35
Velocidad de internet fija	61.37 mbps	82.77 mbps	39
Pagar con el smartphone	16.5%	23.6%	42
Velocidad de internet móvil	25.82 mbps	43.20 mbps	44

Fuente: We are social October 2023

CONTRASTE...

	México	Promedio Mundial	Posición (52 países)
Tiempo diario jugando en una consola	01:17	01:03	4
Escuchar música en streaming	50.3%	39%	3
Escuchar Podcasts	39%	20.3%	2
Uso de herramientas de reconocimiento de imagen en smartphone	49.2%	26.7%	2

Fuente: We are social October 2023





El Mexicano Social



CONSUMO DE PLATAFORMAS.

Internauta mexicano

1



87%

Redes sociales

2



85%

Mensajería
instantánea

3



80%

Streaming de
video

4



78%

Buscadores

5



65%

e-Commerce



En el **top 10 de países** que más tiempo dedican a las redes sociales, **5 son latinoamericanos**.



2H 24M

Tiempo diario
promedio
mundial
dedicado a
redes sociales



3H 44M



3H 20M



3H 23M



3H 16M

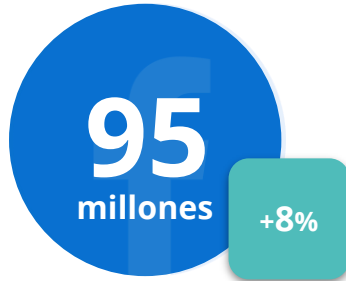


3H 13M

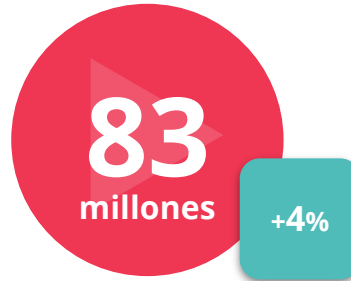


PLATAFORMAS SOCIALES EN MÉXICO 2023

Audiencia expuesta a publicidad



FACEBOOK



YOUTUBE



TIK TOK



INSTAGRAM



PINTEREST



LINKEDIN



TWITTER / X

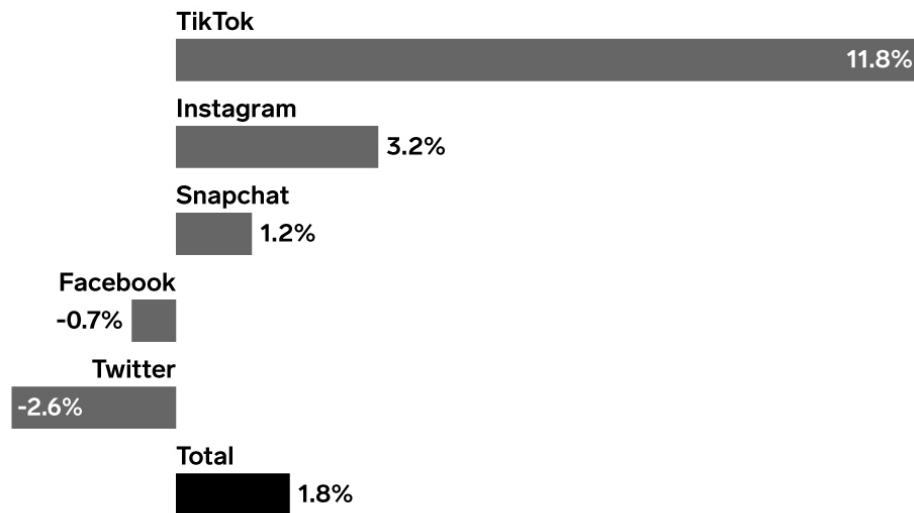


SNAPCHAT

Fuente: We are social Octubre 2023 vs Octubre 2022

Social Network User Growth in Latin America, by Platform, 2023

% change



Note: internet users of any age who access their social media account via any device at least once per month

Source: eMarketer, Dec 2022

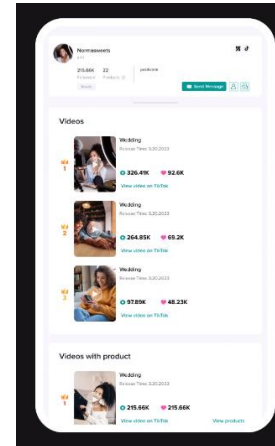
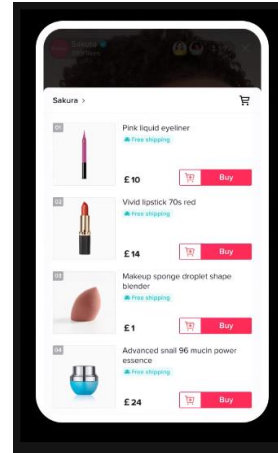
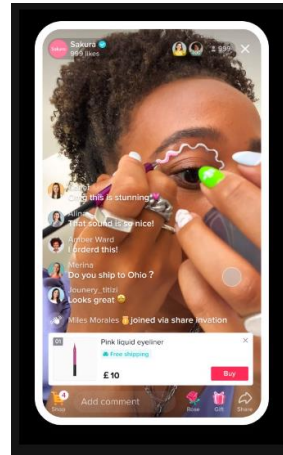
279716

eMarketer | [InsiderIntelligence.com](https://www.insiderintelligence.com)

Use your creativity to earn money

Reach a wider and more diverse audience on TikTok, promote relevant brands and products, and explore new creative opportunities

Join Now ↘





Convivo Conectado

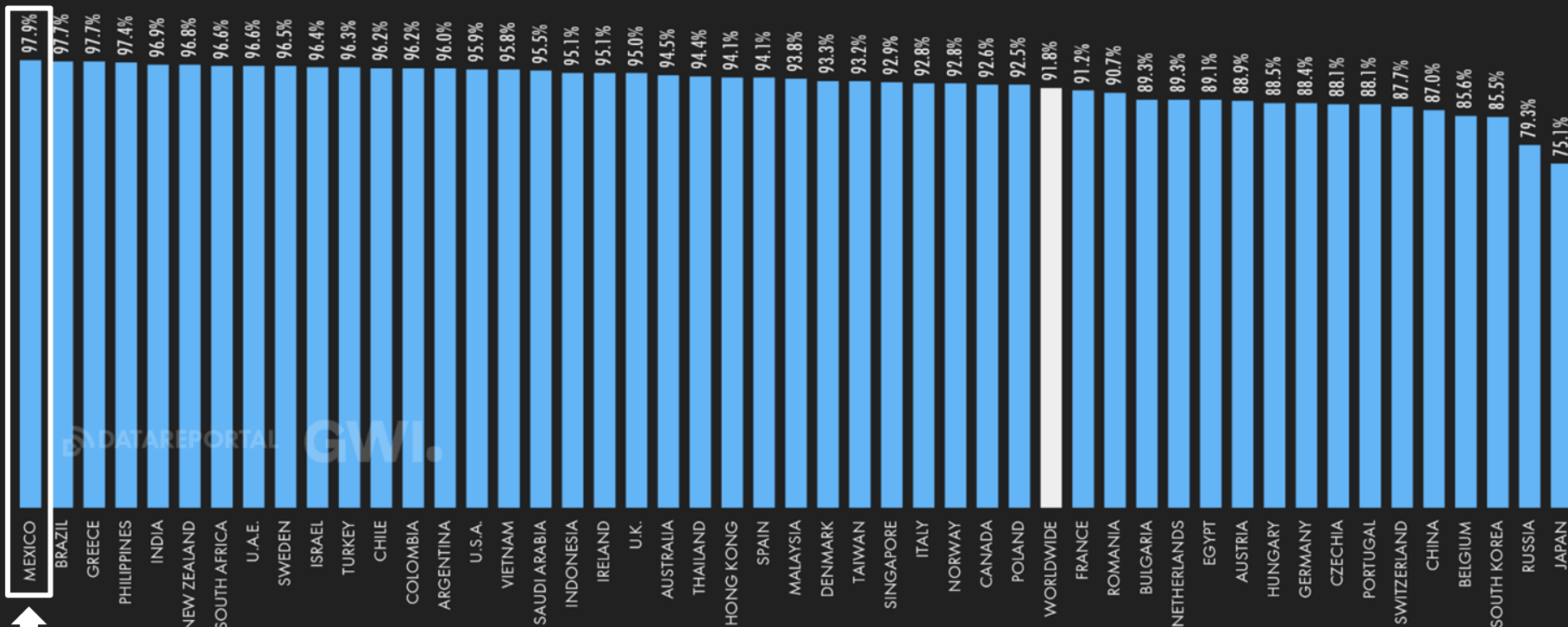


OCT
2023

STREAMING TV CONTENT VIA THE INTERNET

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO WATCH TV CONTENT VIA STREAMING SERVICES (E.G. NETFLIX) EACH MONTH

NOTE: GWI HAVE REVISED THEIR METHODOLOGY. PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



SOURCE: GWI (Q2 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **COMPARABILITY:** STARTING WITH THEIR Q4 2022 WAVE OF RESEARCH, GWI INTRODUCED A REVISED SURVEY METHODOLOGY THAT RESULTED IN A DECLINE IN VALUES FOR A WIDE VARIETY OF DATA POINTS. AS A RESULT, DATA POINTS ON THIS CHART MAY NOT BE DIRECTLY COMPARABLE WITH SIMILAR DATA POINTS PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

Meltwater

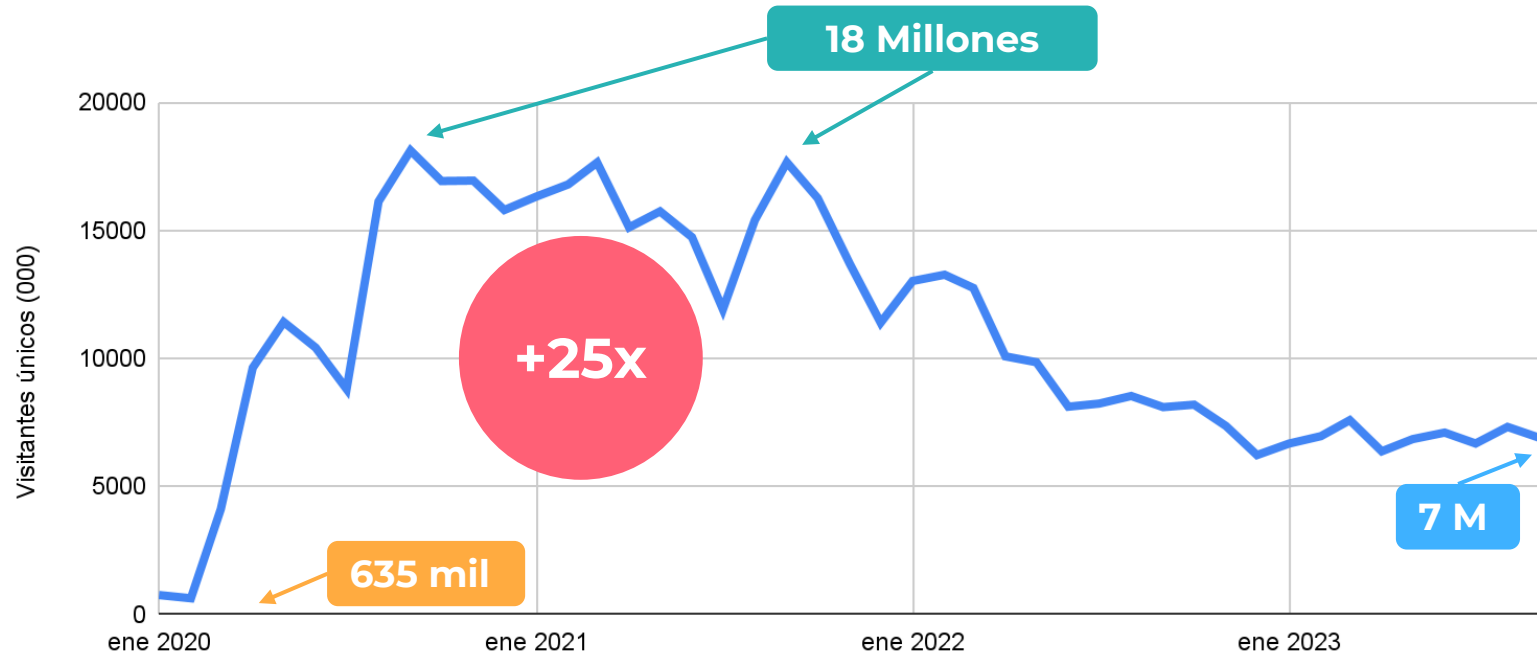
Ecosistema Competitivo de Plataformas SVOD.



Fuente: The Competitive Intelligence Unit México 2do Trimestre 2022



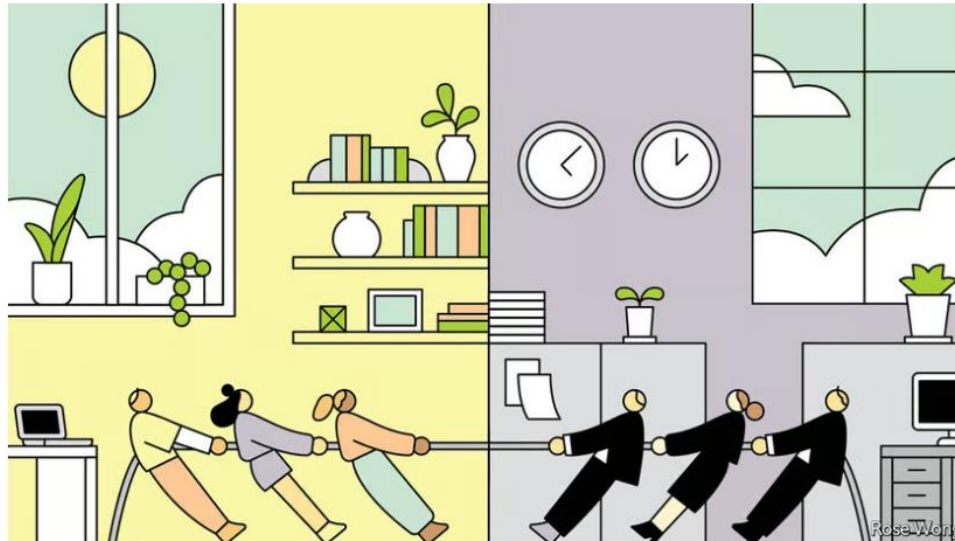
zoom



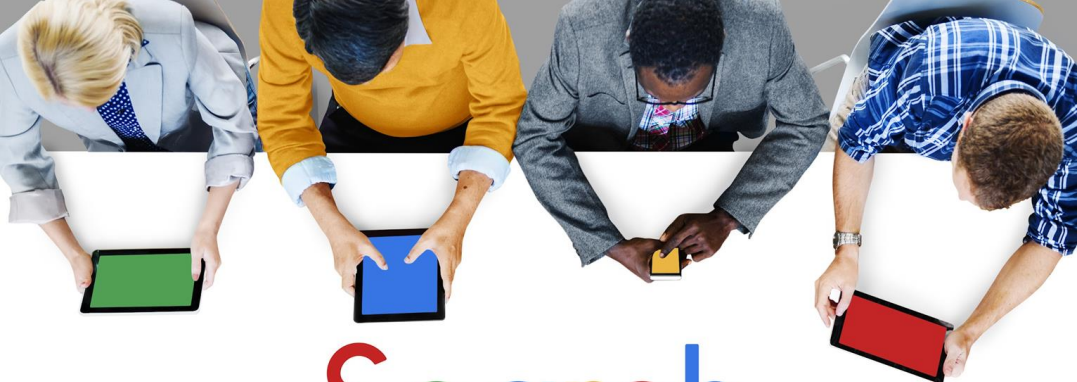
 The World Ahead | The World Ahead 2022

The fight over the hybrid future of work

People like working from home. Bosses want them back in the office



<https://www.economist.com/the-world-ahead/2021/11/08/the-fight-over-the-hybrid-future-of-work>



Search
Search engine

influenza



Busco para
decidir





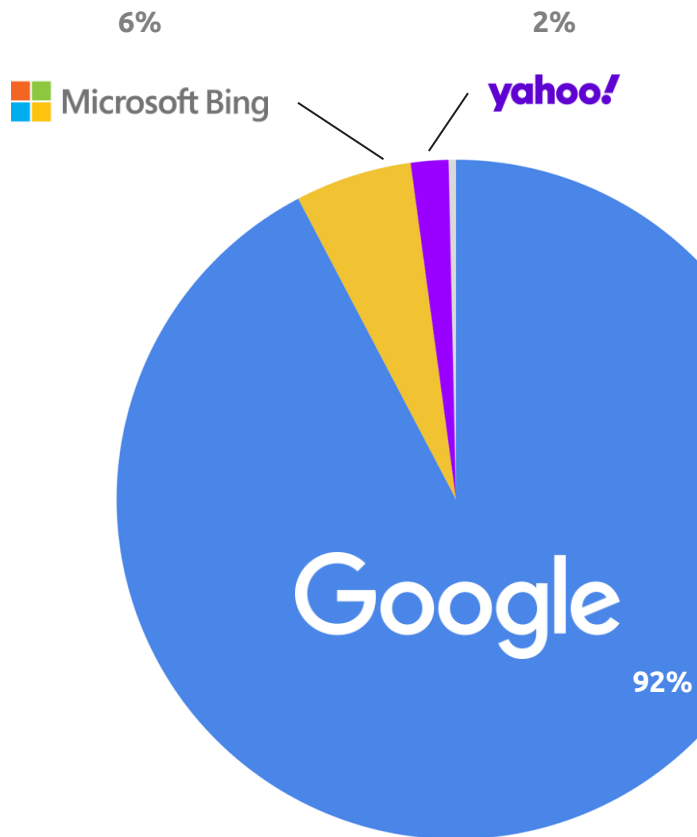
Google



Buscar con Google

Voy a tener suerte

Ofrecido por Google en: [English](#)

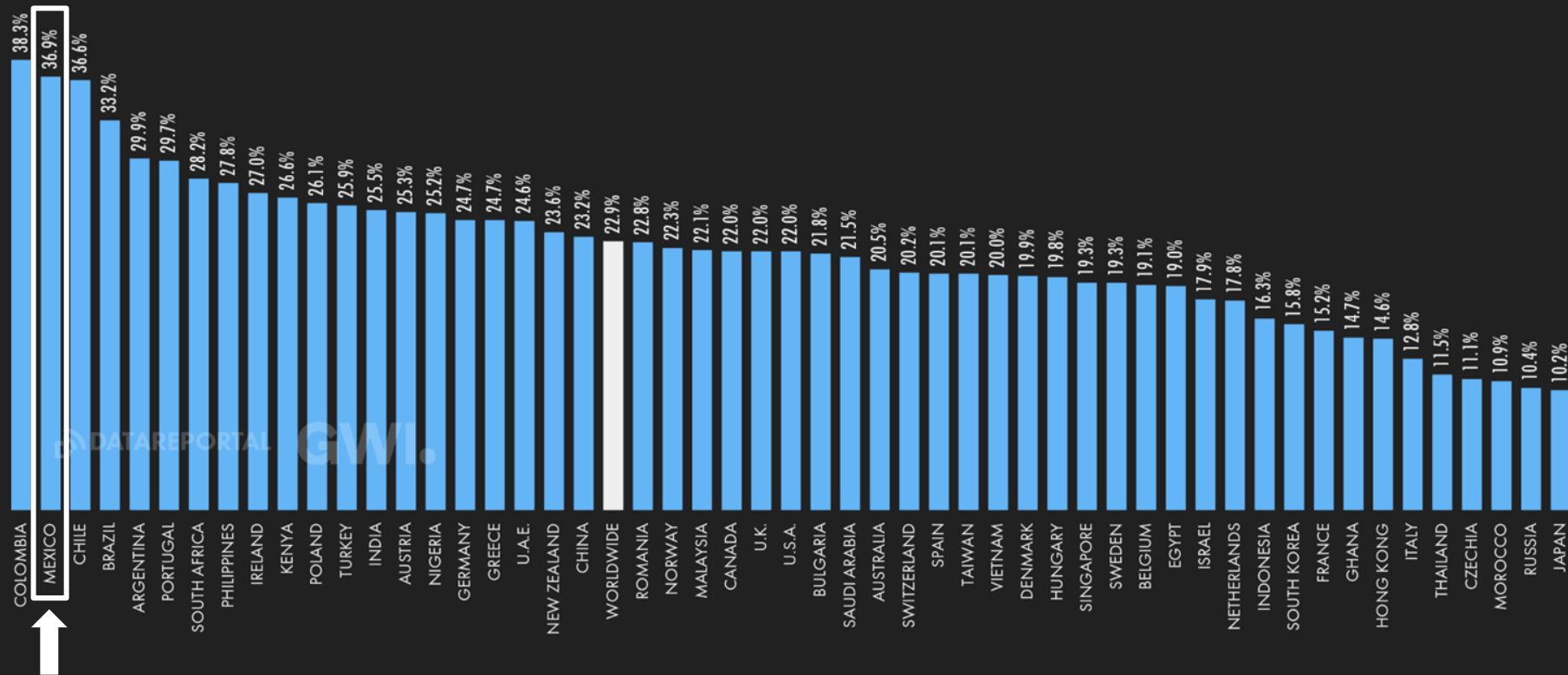


OCT
2023

CHECKING HEALTH SYMPTOMS ONLINE

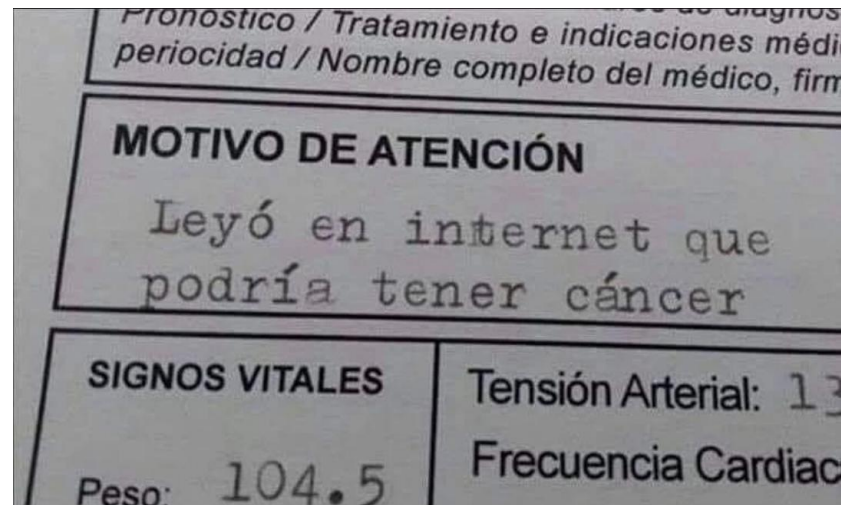
PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO CHECK HEALTH SYMPTOMS ONLINE EACH WEEK

NOTE: GWI HAVE REVISED THEIR METHODOLOGY. PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



DATA REPORTAL GWI.

SOURCE: GWI (Q2 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **COMPARABILITY:** STARTING WITH THEIR Q4 2022 WAVE OF RESEARCH, GWI INTRODUCED A REVISED SURVEY METHODOLOGY THAT RESULTED IN A DECLINE IN VALUES FOR A WIDE VARIETY OF DATA POINTS. AS A RESULT, DATA POINTS ON THIS CHART MAY NOT BE DIRECTLY COMPARABLE WITH SIMILAR DATA POINTS PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.





Cómo saber si mi esposa está comenzando el climaterio?



No soy un profesional médico, pero si sospechas que tu esposa podría estar comenzando el climaterio, es fundamental que consulte con un médico para un diagnóstico y orientación adecuados. Los signos comunes pueden incluir irregularidades menstruales, sofocos, cambios en el estado de ánimo y alteraciones del sueño. Una evaluación médica es crucial para un diagnóstico preciso y un plan de tratamiento.



Me podrías dar algunas recomendaciones para atenuar los síntomas?



Claro. Para atenuar los síntomas del climaterio, estas son algunas estrategias generales que podrían considerarse:



1. Terapia Hormonal: Consultar con un médico sobre la posibilidad de una terapia de reemplazo hormonal.
2. Dieta: Aumentar la ingesta de alimentos ricos en fitoestrógenos como la soja, y reducir el consumo de cafeína y alcohol.
3. Ejercicio: El ejercicio regular puede mejorar el bienestar general y reducir algunos síntomas.
4. Control del Estrés: Técnicas de relajación como la meditación o yoga.
5. Suplementos: Consultar con un médico acerca de suplementos como el aceite de onagra o la vitamina E.
6. Sueño: Mantener un horario de sueño regular y un ambiente propicio para dormir.
7. Consulta Médica: Un seguimiento regular con un profesional de la salud para ajustar el tratamiento según sea necesario.

Es crucial consultar con un médico para un diagnóstico y plan de tratamiento adecuados.

AI HEALTHCARE POSSIBLE?



5. Suplementos: Consultar con un médico acerca de suplementos como el aceite de onagra o la vitamina E.

SHOWROOMING

BROWSE IN-STORES



BUY ONLINE

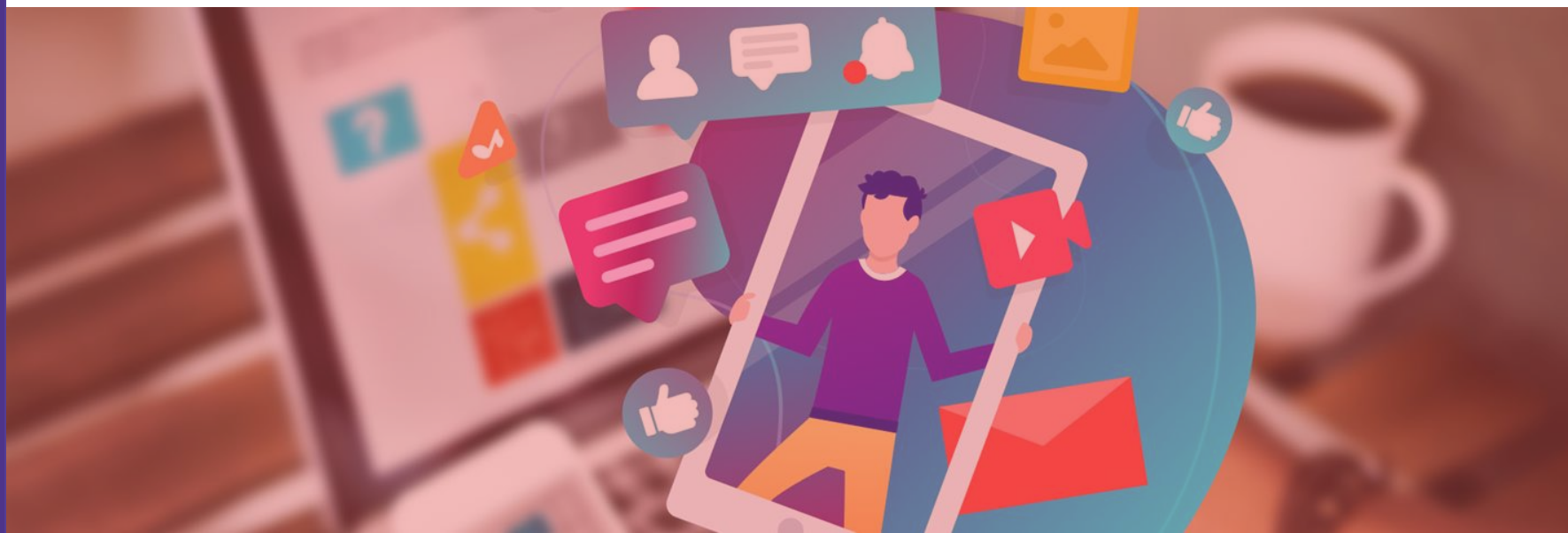
WEBROOMING

BROWSE ONLINE



BUY IN A STORES

Economía digital



- Inclusión financiera
- Crecimiento de financiamiento
- Mejorar precios y calidad



■ Número de Fintech que se mantienen activas desde 2021
 ■ Número de nuevas Fintech identificadas en 2022

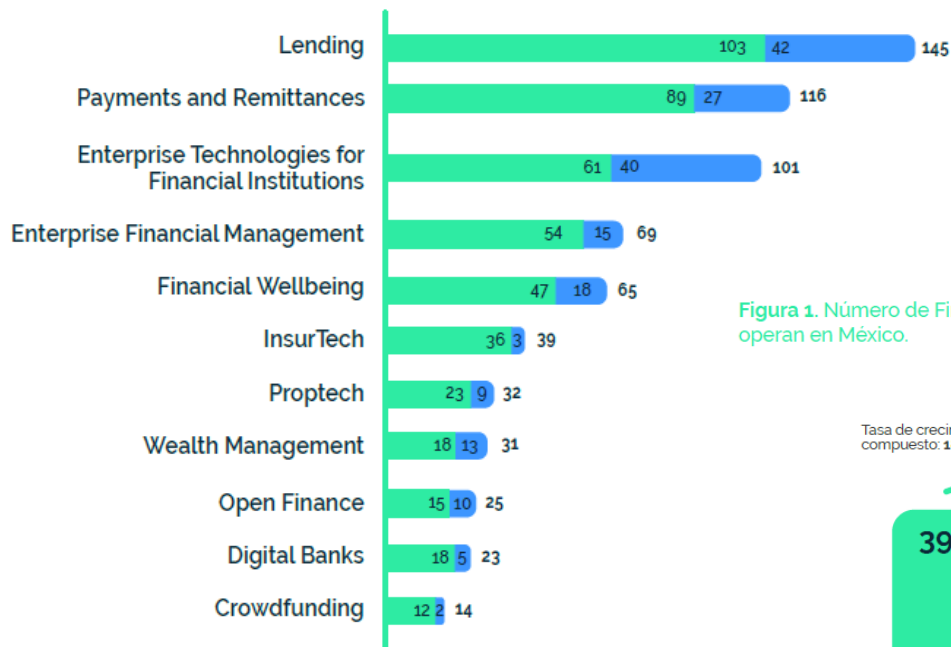
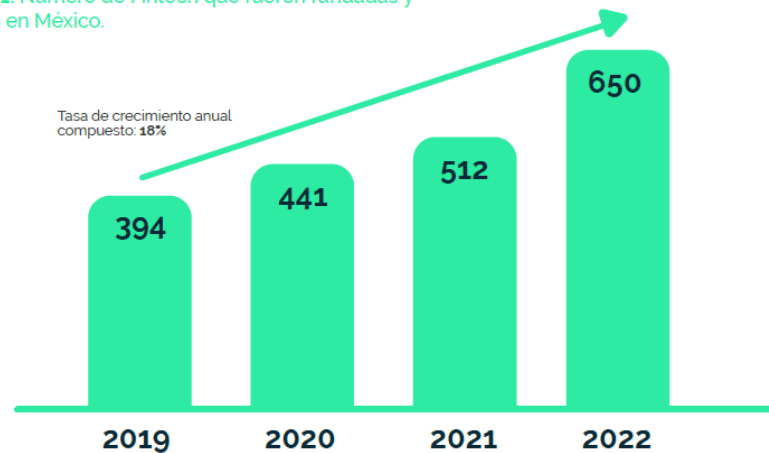
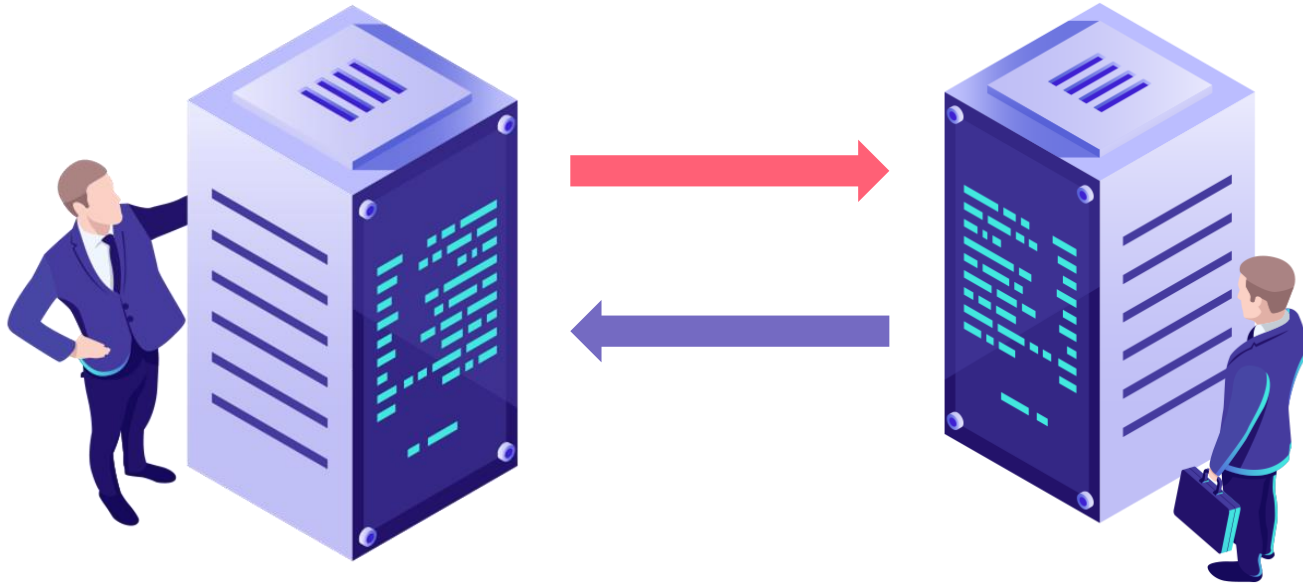


Figura 1. Número de Fintech que fueron fundadas y operan en México.



OPEN BANKING



ACTIVOS VIRTUALES



CROWDFUNDING



Sociedad sin efectivo





THE COUNTRIES THAT WANT OR REJECT A

CASHLESS SOCIETY

Cash makes spending visible and helps people budget. But digital payments are fast, convenient and trackable — and they're quickly becoming the norm. Most people have a personal preference for a particular way of paying.

However, cash is also cultural. And every country has its own collective instinct towards (or against) the near-inevitable shift to cashless-only transactions. We found just **32** countries that are majority **anti-cashless** and **54** that are **pro-cashless**, based on the % of positive and negative tweets about a cashless society.

OPINION

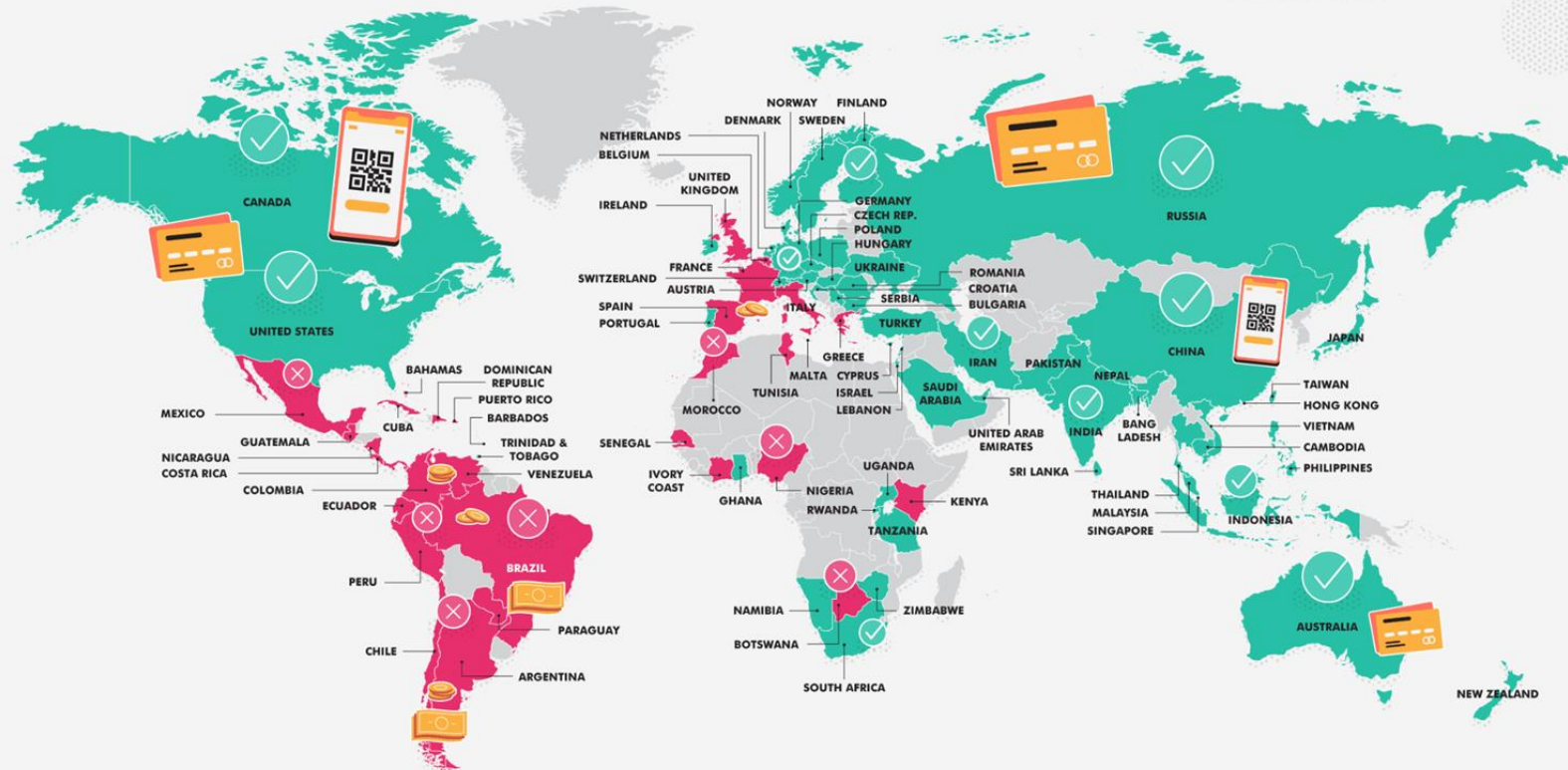


Want
54



Reject
32

NO DATA



Methodology: We analyzed geotagged tweets from every country that mentioned key words associated with cashless payments. Using an AI sentiment analysis tool, we classified places as "wanting" or "rejecting" a cashless society, based on whether the % of positive (want) or negative (reject) cashless tweets was higher.

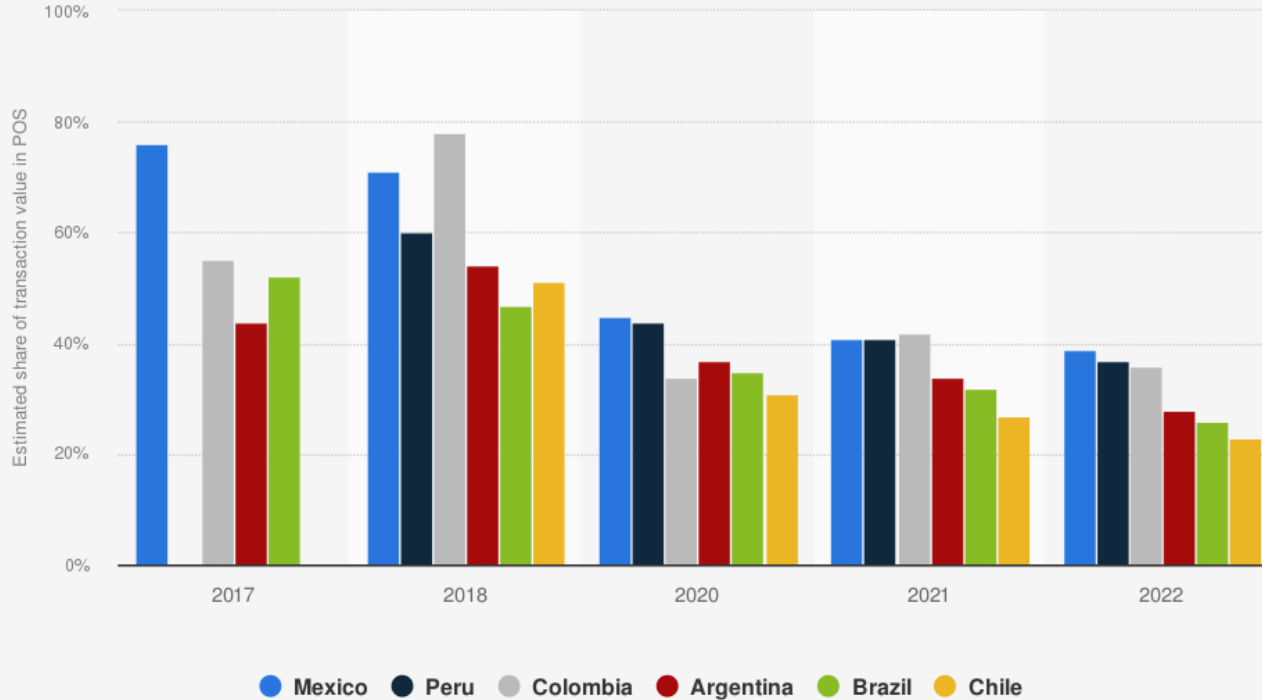


This image is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License - [www.creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Merchant Machine



Share of cash in total transaction value at point of sale (POS) in six countries in Latin America in 2017, 2018, 2020, 2021, and 2022



Sources

Worldpay; GlobalData; McKinsey & Company;
World Bank; IMF
© Statista 2023

Additional Information:

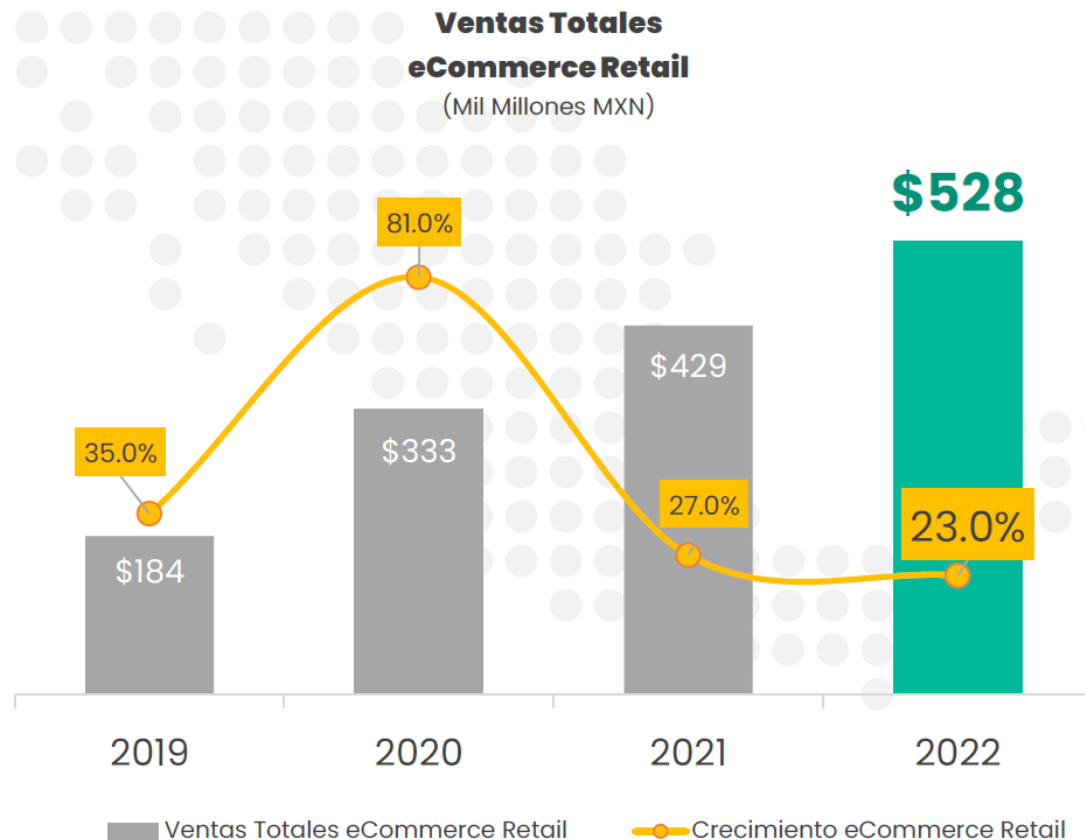
Argentina; Brazil; Chile; Colombia; Mexico; Peru; Worldpay; 2022

Comercio electrónico



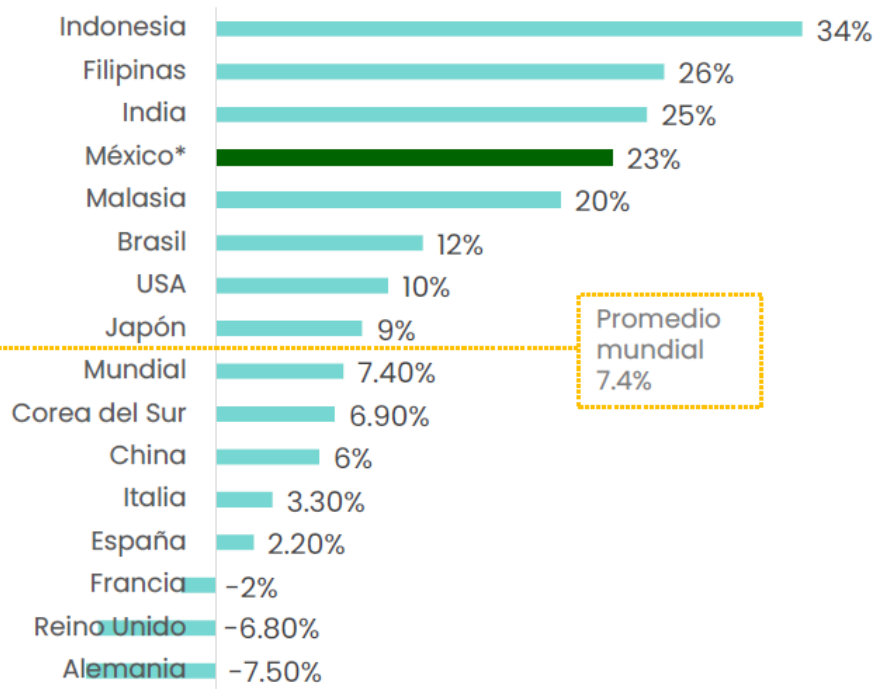
2.9x

el valor de
eCommerce Retail
en 4 años.



El **eCommerce Retail en México** creció **23% durante 2022**, continuando como uno de los países con mayor tasa de crecimiento.

Crecimiento eCommerce Retail 2022 a nivel mundial

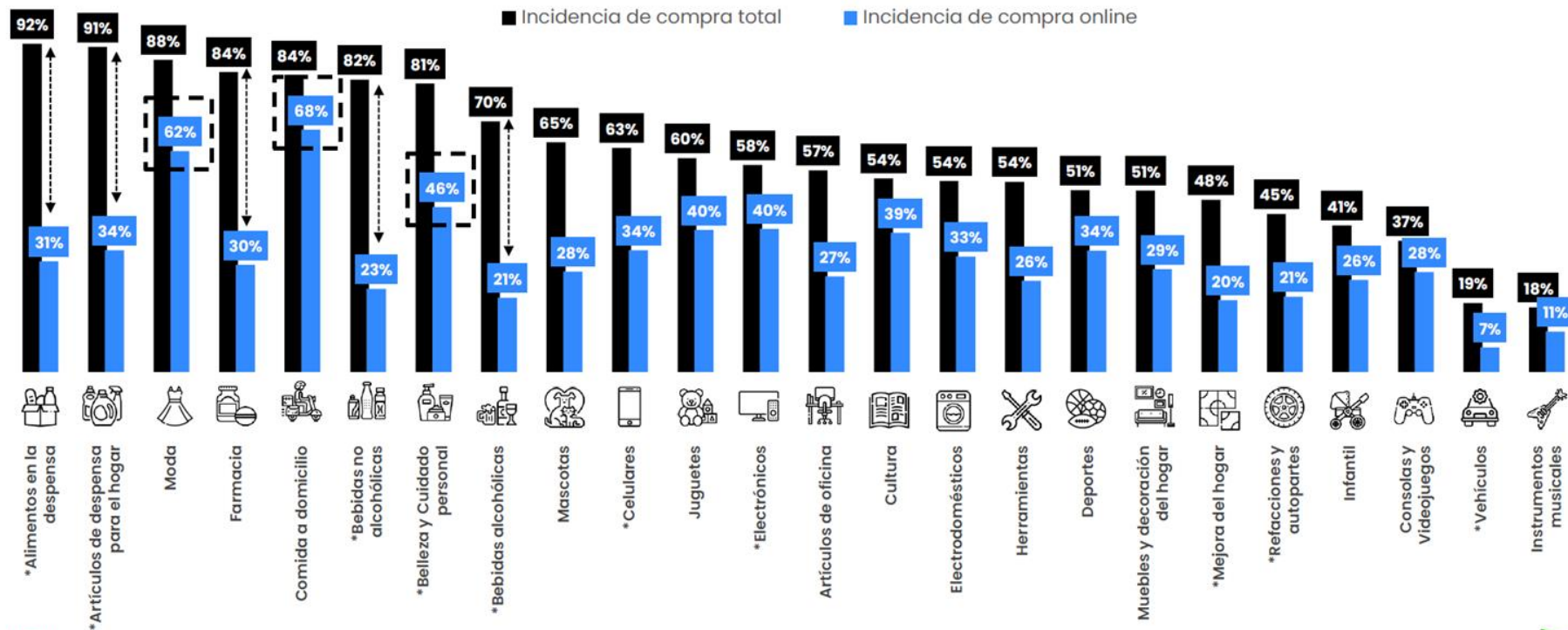


Fuente: eMarketer. Crecimiento eCommerce Retail 2022 a nivel mundial. Febrero 2023. Cifra México según Estimación AMVO.

Incidencia de compra

Por categorías de Productos

Los **compradores digitales** se centran en la compra de **Comida a domicilio** y productos de las categorías de **Moda, Belleza y Cuidado personal**. Sin embargo, otras categorías con una **alta incidencia de compra total**, como **Alimentos en la despensa, Artículos para el hogar y Farmacia** muestran una **oportunidad de crecimiento dentro del canal digital**.



Ranking de sitios más visitados 2022

Retailers

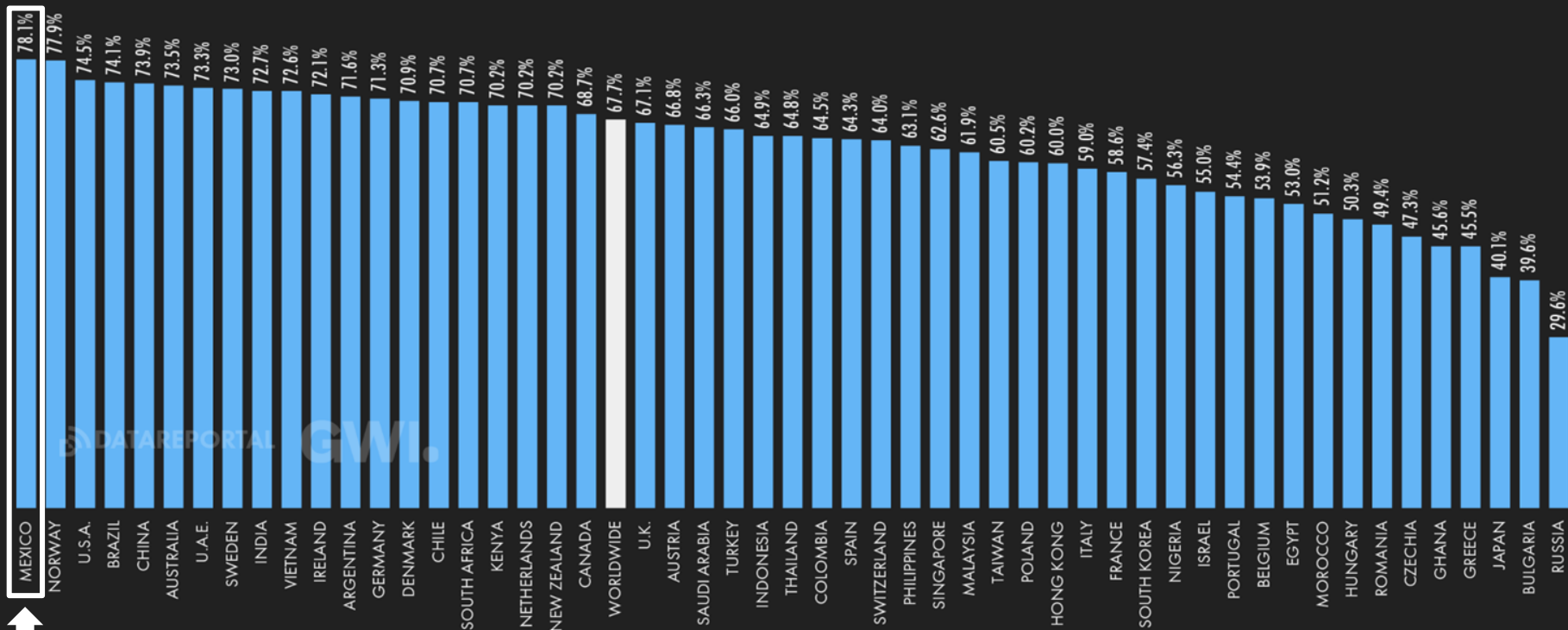
1		11	
2		12	
3		13	
4		14	
5		15	
6		16	
7		17	
8		18	
9		19	
10		20	

OCT
2023

DIGITAL CONTENT PURCHASES

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO PAY FOR ANY KIND OF DIGITAL CONTENT EACH MONTH

NOTE: GWI HAVE REVISED THEIR METHODOLOGY. PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



SOURCE: GWI (Q2 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **NOTE:** IN THIS CONTEXT, "DIGITAL CONTENT" INCLUDES ONLINE ACCESS TO, DOWNLOADS OF, AND SUBSCRIPTIONS TO A BROAD RANGE OF DIGITAL CONTENT, INCLUDING MOVIES, MUSIC, TV SHOWS, STREAMING SERVICES, NEWS SERVICES, E-BOOKS AND MAGAZINES, VIDEO GAMES, SOFTWARE, DATING SERVICES, AND DIGITAL GIFTS, AS WELL AS IN-APP PURCHASES. **COMPARABILITY:** REVISIONS TO GWI'S SURVEY METHODOLOGY MEAN THAT DATA POINTS ON THIS CHART MAY NOT BE DIRECTLY COMPARABLE WITH SIMILAR DATA POINTS PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

Meltwater

Ecommerce 2023.

Internautas mexicanos (16+ años)



62%

Compran
semanalmente en
línea

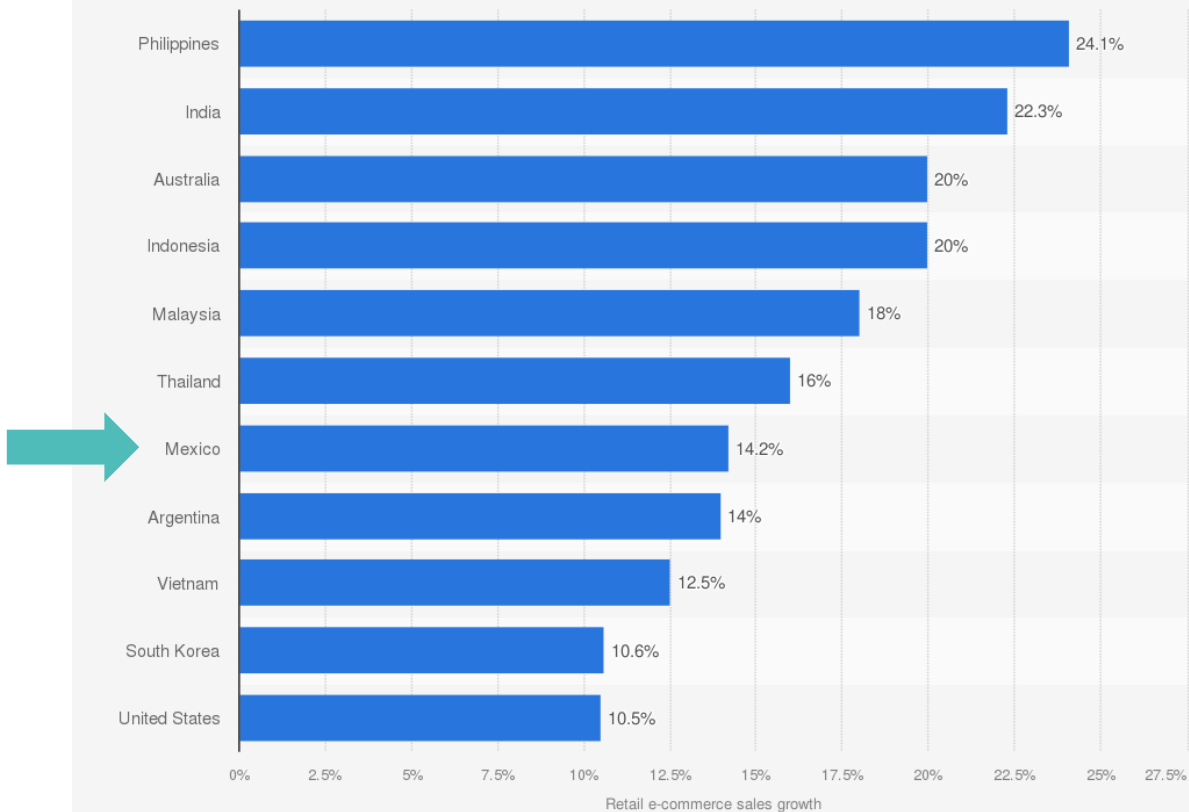


34%

Compran
semanalmente
súper en línea

Fuente: We are social Global Report October 2023

Leading countries based on retail e-commerce sales growth in 2023



Sources
eMarketer; Cello Square
© Statista 2023



Additional Information:
Worldwide; eMarketer; December 2022; forecast

¡GRACIAS!



por: MTI Enrique Culebro Karam
CEO Central Media

   @eculebro

  /eculebrokaram

Central Media
Agencia Digital



Digital
for
life

